



HubSpot und Jedox

Deutsche Firma Jedox erhöht Marketing Qualified Leads mit
HubSpot um 54% und verbessert Sales-Effizienz



Kundenbeispiel für Deutschland



Über Jedox



Marius Janssen

Head of Marketing

Marius ist Head of Marketing für [Jedox](http://www.jedox.de). Ein global führender Anbieter für Business-Intelligence- und Performance-Management-Lösungen mit Sitz in Freiburg. Das Unternehmen besteht seit 2002, hat hat Kunden in 127 Ländern, ein 150 Partner umfassendes, globales Netzwerk und unterhält Regionalbüros neben Frankfurt und Düsseldorf auch in Paris und Boston.

Website: <http://www.jedox.de>

Ihr Ansprechpartner bei HubSpot

Christopher Kloes



Christopher Kloes ist Sales Executive bei HubSpot und kümmert sich um den direkten Vertriebszweig in der D-A-CH Region. Durch seine Erfahrung im Software Vertrieb (u. a. bei Salesforce.com) bietet Herr Kloes eine fachgerechte Beratung an und unterstützt sowohl bei technischen, als auch strategischen Fragen, zum Thema Inbound Marketing.

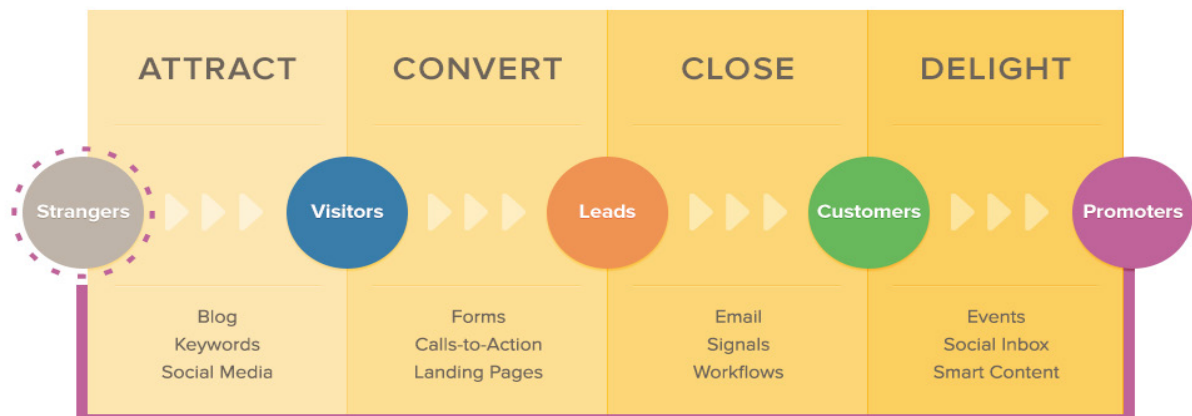
Telefon: [+49 \(0\) 69 299-571-170](tel:+49069299571170)

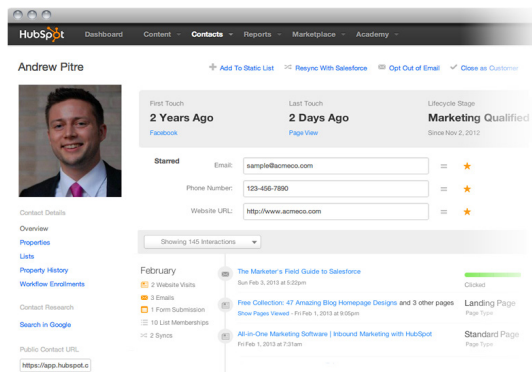
Website: <http://www.hubspot.de/>

Jedox entscheidet sich für HubSpot

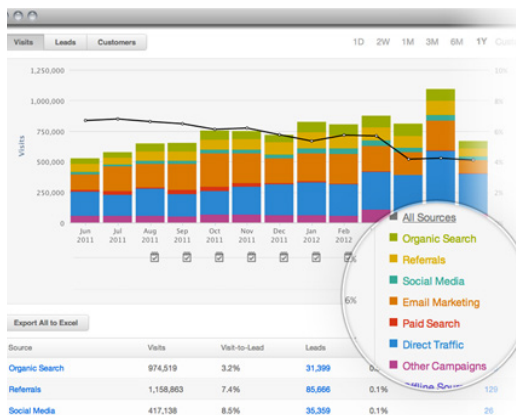
Jedox, ein Anbieter für Business-Intelligence- und Performance-Management-Lösungen, nutzte zunächst eine ganze Bandbreite von Werkzeugen, um seine Marketing-Ziele zu erreichen. Doch der Erfolg war begrenzt. Das Unternehmen versuchte, mehrere Plattformen mit dem In-House-CRM zu kombinieren - das wurde auf Dauer aber zu umständlich und zeitaufwändig.

Als das Management sich dafür entschied, das hausinterne Kundenbeziehungsmanagement durch Salesforce.com zu ersetzen, beschloss es außerdem, die Gelegenheit für einen weiteren Umbau zu nutzen: Die Firma machte sich auf die Suche nach einer Marketing-Automation-Lösung, die nahtlos mit dem neuen Cloud-CRM funktioniert - und fand HubSpot. Seit Anfang 2014 ist das versatile Inbound-Marketing-Tool nun erfolgreich im Einsatz, um sowohl die Lead-Generierung als auch die aktuelle Kundenkommunikation anzutreiben.

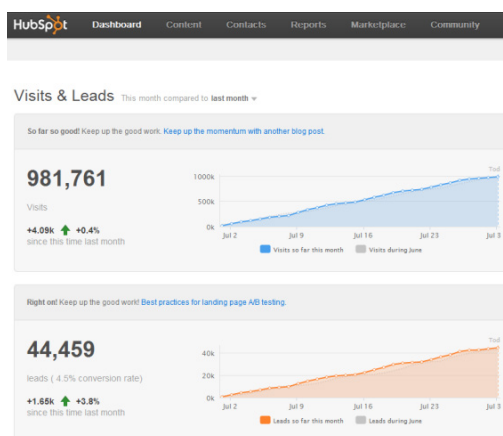




**54% Zunahme bei
den Marketing
Qualified Leads**



**24% Zunahme beim
Website-Traffic**

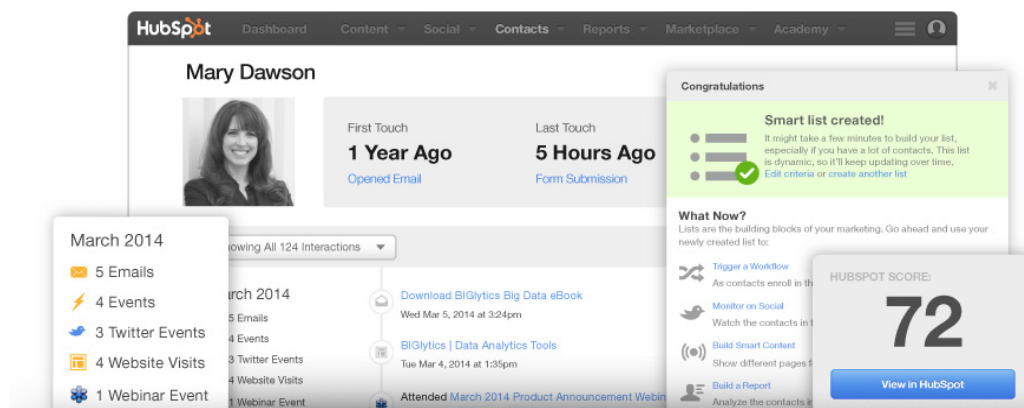


**12-20% Verbesserung
der Sales-Effizienz**

Eine einfachere, All-in-One-Marketing-Lösung finden

Jedox gibt es seit 2002. Die Firma versorgt Kunden in 127 Ländern mit Business-Intelligence-Software. Als Marius Janssen 2012 bei Jedox anheuerte, traf er auf ein Marketing-Team, das sich schwer damit tat, sämtliche Bruchstücke der verschiedenen Marketing-Software-Tools zu managen. Die Daten potentieller und tatsächlicher Kunden waren über verschiedene Systeme verstreut, und das Team hatte nicht die Einblicke, die es brauchte, um seine Strategie zu verfeinern oder auch nur die Wirkung seiner Arbeit nachzuweisen. Außerdem war die Vorqualifizierung von Leads für eine Sales-Conversion stets eine Herausforderung - was zu langen Vertriebszyklen von 75-130 Tagen führte.

Frust staute sich auf, und Marius wusste, dass es so nicht weitergehen konnte: "Stellen Sie sich vor, Sie haben ein großartiges Marketing-Team, das aus sechs Leuten besteht, die hart arbeiten und ihr Bestes geben. Aber am Ende des



Tages können Sie die Wirkung dieser Arbeit wegen fehlender Analysemöglichkeit der Daten nicht nachweisen. Wir mussten einfach etwas ändern!”

Eine Gelegenheit, genau das zu tun, ergab sich, als das Management entschied, das In-House-CRM durch Salesforce.com zu ersetzen. Marius vergewisserte sich, dass er die Unterstützung hatte, nun auch die fragmentierten Marketing-Tools durch eine einfache, All-In-One-Lösung zu ersetzen. Die Hauptanforderungen an das System: Nahtloses Zusammenarbeiten mit Salesforce.com bei gleichzeitiger Kosteneffizienz.

Nachdem diverse Optionen wie Marketo, Silverpop und Eloqua überprüft worden waren, entschloss sich Jedox schließlich für die Software von HubSpot. Marius erklärt: “Marketo war einfach zu teuer und lag jenseits unseres Budgets. HubSpot stellte eine viel kosteneffizientere Lösung dar, die gleichzeitig allen Anforderungen genügte.”



„HubSpot stellte eine viel kosteneffizientere Lösung dar, die gleichzeitig allen Anforderungen genügte.“

Marius Janssen, Head of Marketing @ Jedox

Traffic in Marketing Qualified Leads umwandeln

Jedox begann mit der Implementierung von HubSpot im März 2014. “Es war sehr einfach, damit loszulegen”, sagt Marius.

Das erste Ziel bestand darin, die Zahl der Marketing Qualified Leads zu erhöhen. Und obwohl es bereits eine umfangreiche Leads-Datenbank gab, wussten Marius und sein Team, dass sie die Kommunikation maßschneidern mussten, um bei der Entwicklung dieser Leads und deren Umwandlung in Marketing Qualified Leads zu helfen. Das Team identifizierte drei Käuferkerntypen (Personas) - Entscheider, Gatekeeper und Power-User - und hat seitdem seine Marketing-Strategie so gestaltet, dass den Bedürfnissen jeder dieser Personas entsprochen wird.

Zusätzlich begann das Team damit, die Smart-Forms-App von HubSpot zu nutzen. Dadurch wurde es möglich, Schritt für Schritt ein Profil für jeden potentiellen Kunden aufzubauen, ohne dabei aufdringlich zu sein. Marius berichtet, dass die Smart Forms für ihn eines der wichtigsten Werkzeuge sind: “Sie helfen uns wirklich dabei, alle relevanten Lead-Daten Stück für Stück zu sammeln und zu konsolidieren. Wir vergraulen unsere Leads nicht, da sie uns nicht alle Informationen auf einmal geben müssen.”

Mit einer reichhaltigen Datenbank im Rücken ist das Team nun endlich in der Lage, sowohl potentielle als auch tatsächliche Kunden zu hegen und zu pflegen - und zwar durch Nutzung der HubSpot-Email-App. Fortgeschrittene Workflows gestatten es, die Datenbank zu segmentieren und die Kommunikation entsprechend maßzuschneidern. Marius erklärt, dass die Leistungsfähigkeit des Systems ein Schlüsselfaktor ist: “Es hilft uns dabei, unserem Hauptziel immer näher zu kommen: der personalisierten Marketing-Kommunikation.”

Bevor HubSpot eingesetzt wurde, speicherte das Marketing Team seine Leads in Excel-Tabellen und leitete diese an die Sales-Abteilung weiter. Marius erinnert sich: “Das erzeugte beim Sales-Team eine Menge Frust, weil die Leads nicht qualifiziert waren.” Nun, dank der nativen Integration mit Salesforce.com, leitet das Team ausschließlich Sales Qualified Leads mit einer Punktzahl von 30 oder mehr weiter. Dieser Prozess hat Jedox dabei geholfen, wesentlich effizienter beim Management des Vertriebszyklus zu werden. Marius schätzt, dass der Sales Cycle um 12-20% verkürzt wurde. “Vorher haben wir 75 bis 130 Tage gebraucht, nach der Implementierung von HubSpot geht’s nun in maximal 60-110 Tagen.”

Transparente Ergebnisse, die zukünftiges Wachstum stützen

Jedox hat phänomenale Ergebnisse erzielt, seitdem HubSpot genutzt wird.

Das Unternehmen hat den Traffic zu seiner Website um 24% erhöht. Signifikanterweise sind die Marketing Qualified Leads um gewaltige 54% gestiegen. Als Konsequenz daraus führt das Sales-Team nun immer mehr Gespräche mit potentiellen Kunden, die wirklich bereit sind, Business-Intelligence-Lösungen von Jedox zu nutzen. Außerdem ist die Visitor-To-Lead-Conversion-Quote nun 33% höher als früher, und es wird eine stabile Conversion-Rate von 3% verzeichnet.

Jedox verfügt jetzt über die lange ersehnte Datentiefe und Sichtbarkeit. Marius erklärt: “Mit HubSpot kann unser Marketing-Team nun endlich sehen, wo die Besucher unserer Website herkommen, welche Fußstapfen sie dort hinterlassen, welche Daten wir durch Formulare generieren konnten, und wie es sich mit den Scoring-Details von jedem Lead verhält”

“



Mit HubSpot kann unser Marketing-Team nun endlich sehen, wo die Besucher unserer Website herkommen, welche Fußstapfen sie dort hinterlassen, welche Daten wir durch Formulare generieren konnten, und wie es sich mit den Scoring-Details von jedem Lead verhält.

Marius Janssen, Head of Marketing @ Jedox

”

Das Team von Jedox arbeitet weiter daran, seine Inbound-Marketing-Expertise auszubauen.

Regelmäßig nutzen die Mitarbeiter die reichhaltigen Ressourcen der HubSpot Academy, um ihr Wissen zu vertiefen. “HubSpot basiert auf dem innovativen Konzept des Inbound Marketings und hat eine riesige Community sowie eine unglaubliche Menge informativer Inhalte geschaffen. Jeder, der sich dazu entscheidet, HubSpot in seinem Business zu nutzen, wird von dem breiten Spektrum der Expertise profitieren”, sagt Marius.

Jedox hat ambitionierte Ziele im Hinblick auf internationale Expansion im Jahr 2015 und darüber hinaus. Marius glaubt, dass die Software von HubSpot ein integrales Werkzeug ist, um diese Ziele zu erreichen: “Wir haben nun die richtigen Tools, wir haben die richtigen Prozesse und Workflows, und das ist die Basis unserer Sales-Erfolge, jetzt und später.”

Kurz gesagt: Marius empfiehlt HubSpot. “Die Software ist sehr benutzerfreundlich, hat eine klare, moderne Oberfläche, und es macht wirklich Spaß, damit zu arbeiten”.

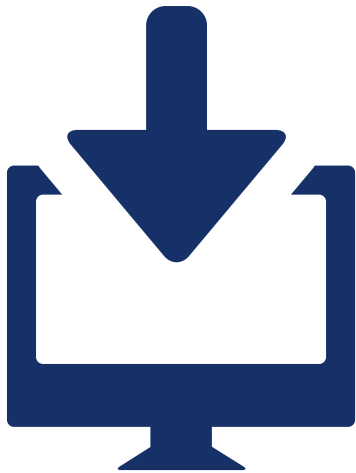


Jedox ist ein global führender Anbieter für Business-Intelligence- und Performance-Management-Lösungen mit Sitz in Freiburg. Das Unternehmen besteht seit 2002, hat Kunden in 127 Ländern, ein 150 Partner umfassendes, globales Netzwerk und unterhält Regionalbüros neben Frankfurt und Düsseldorf auch in Paris und Boston.

MÖCHTEN SIE MEHR ÜBER INBOUND MARKETING UND HUBSPOT ERFAHREN?

HubSpot bietet Ihnen gerne eine unverbindliche und kostenlose Beratung zum Thema an. Setzen Sie sich jetzt mit unseren Inbound Marketing Spezialisten in Verbindung.

Telefon: +49 (0) 69-299-571-918



[Wir beraten Sie gern.](#)

